

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran* (Cetakan Pe). Pustaka Setia.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Aditya, D. (2020). *Gamers Mendapat Tantangan, Sandiaga Uno: Kita Buat Indonesia Rajai Produksi Gim di Pasar Nasional*. Galamedia.  
<https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/pr-353195124/gamers-mendapat-tantangan-sandiaga-uno-kita-buat-indonesia-rajai-produksi-gim-di-pasar-nasional>
- Aguilar-Rodríguez, I. E., & Arias-Bolzmann, L. G. (2021). The relationship of consumer ethnocentrism, purchase intention, and lifestyle in first-generation bicultural ethnic groups. *Journal of Small Business Strategy*, 31(1), 20–38.
- Ahmad Nawawi, M. M. dan A. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Cv Karoseri Laksana (Studi Kasus Cv Karoseri Laksana, Ungaran)*.
- Akbar, M. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Tv Lg Di Kota Palembang. SKRIPSI.*
- Alama, B. (2013). *No TitlManajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alama, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Alfarizy, M. K. (2019). *Pemain Mobile Legends Indonesia Terbanyak di Dunia*. Tempo.Co. <https://tekno.tempo.co/read/1166277/pemain-mobile-legends-indonesia-terbanyak-di-dunia/full&view=ok>
- Anang Firmasyah, B. W. M. (2018). *Pengantar Manajemen*. CV Budi Utama.
- Anggraeni, D. (2020). *Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Pakaian Second Brendid*. 151–156.

- Anggraini, D. (2020). Pengaruh gaya hidup dan harga produk terhadap minat beli pakaian second brendid ( Studi pada mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Jambi). *SKRIPSI*.
- Azhhari, R. A., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo Pada Masyarakat Desa Jaharun B Dusun 1 Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 25–31. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v3i1.4072>
- Azizah, L. N. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Kiringan. *Media Mahardhika*, 19(1), 102–107. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i1.201>
- Chugh, P. P. (2020). Effect of Values and Life Style on Consumer Online Purchase Intention Page No : 1965. *Mukt Shabd Journal*, IX(Vi), 1965–1969.
- D, E., Wagini, W., Irwanto, T., Nasution, S., & Hidayah, N. (2021). *Lifestyle, Discount Prices and Brand Image on the Shopee Marketplace towards Consumer Purchase Interest*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2020.2306605>
- Damayanti, V. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 99–109.
- Dharmais, A. P., & Rubiyanti, R. N. (2019). Pengaruh motivasi hedonis terhadap minat untuk membeli. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6215–6222.
- Estu Mahanani, B. S. (2019). Pengaruh Perceived Ease Ofuse, Word Ofmouthdan Service Qualityterhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Online Grab Pada Mahasiwa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upi-Y.A.I. *IKHRAITH-HUMANIORA*, 03.
- Evandio, A. (2020). *Riset Pasar YouGov Tahun 2020 Pada Jumlah Pemain Game Online di Indonesia*. Market.Bisnis.Com. <https://market.bisnis.com/read/20211006/riset-pasar-YouGov-game-online-Indonesia>

- Fanisa, R. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Game Touken Randu Online*.
- Farida Yulianti, L. dan P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Feriyanto, E. T. (2015). *Pengantar Manajemen (3in1) Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Mediaterra.
- Gunawan, N. K. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Customer Satisfaction Terhadap Intention to Use Pada Platform Game STEAM. *JUISI*, 06(01).
- Hartini. (2021). *Perilaku konsumen* (Hartini (ed.)). CV Media Sains Indonesia.
- Hasibuan, M. Z., Siregar, H., Muslim, U., & Al, N. (2021). Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli smartphone oppo. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 18–24.
- Hery. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Grasindo.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Grasindo.
- Jamillah, A. (2020). *Pengguna Ponsel di Indonesia Bakal Mencapai 89%*. Goodnewsfromindonesia.Id.  
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/06/pengguna-smartphone-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Jay. (2020). *Kehadiran League of Legends Mobile Awal Kehancuran Mobile Legends MOBA?* Gamebrott. <https://gamebrott.com/league-of-legends-mobile-awal-kehancuran-mobile-legends-moba>
- JLombogia, S., Santoso, T., & Kezia Marchyta, N. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Penggunaan Layanan Langganan Aplikasi Streaming Musik Online Youtube Pada Generasi Milenial. *Agora*, 9(1).
- Kominfo. (2016). *Surat Edaran Nomor 3 Tahun 2016 terkait Penyediaan Layanan Aplikasi dan/atau Konten Melalui Internet (Over The Top)*. Kominfo.  
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/7194/siaran-pers->

no28pihkominfo32016-tentang-surat-edaran-nomor-3-tahun-2016-terkait-penyediaan-layanan-aplikasi-dan-atau-konten-melalui-internet-over-the-top/0/siaran\_pers

Kotler & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran* (13 jilid 1). Erlangga.

Kotler & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1 (ed.)). Erlangga.

Kotler, A. (2014). *Principles of marketing* (Jilid 1 te). Erlangga.

Kotler, A. (2016). *Principles of marketing sixteenth Edition global Edition*. Pearson Education Limited.

Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kurniawan Arif Rahman. (2018). *Dasar-Dasar Marketing*. Quadrant.

Lidwina, A. (2021). *Mayoritas Orang Bermain Game Untuk Hiburan*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/19/mayoritas-orang-bermain-gim-untuk-hiburan>

Mahadi Putra, A. H. P. (2019). Pengaruh Percieved Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman.Co. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(11), 1038–1054. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i11.293>

Malayu, H. (2016). *Manajemen : Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. PT Bumi Aksara.

Mongisidi. (2019). Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA*, 7(3), 2949–2958.

Muhajirin, K. dan. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Bima). *Jurnal AKRAB JUARA*, 3(3), 113–122.

Nirwana. (2012). *Pemasaran*. Alta Pustaka.

Nugroho, S. J. (2013). *Perilaku konsumen perspektif kontemporer pada motif*,

*tujuan dan keinginan konsumen.* Kencana Prenada Media Grup.

Ohajionu, U. C., & Mathews, S. (2019). Predicting Generation Y's Purchase Intention towards Brands Advertised on Social Media: A PLS-SEM Analysis. *World Journal of Social Science Research*, 6(2), 98. <https://doi.org/10.22158/wjssr.v6n2p98>

Olivia Victoria, A. (2020). *Game Online Topang Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Tengah Pandemi.* Katadata. <https://katadata.co.id/yuliawati/berita/6087e83f5ba4b/game-online-topang-pertumbuhan-ekonomi-kreatif-di-tengah-pandemi>

Ompusunggu, V. M., & Munthe, R. G. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Kepuasan Memilih Produk Oriflame Pada Pt. Orindo Alam Ayu Cabang Medan (Oriflame). *Regionomic*, 2(02), 29–36.

Patmawati, H. M. dan. (2019). Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Pengaruh Iklan Internet , Celebrity Endorder dan Gaya Hidup terhadap. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(4), 1–10.

Priansa. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Alfabeta.

Priansa, D. J. (2017a). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Alfabeta.

Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Alfabeta.

Rahmani, P. I. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Wanita Bekerja Di Wilayah Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 507–515.

Ramadhan, M. R. N. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unisma Manajemen FEB Pengguna Smartphone Oppo). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 78–89.

- Ranika, D. (2021). Pengaruh selebgram endorse dan harga terhadap minat beli pada onlineshop @MSGLOWSAMPIT. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(1), 32–43.
- Saifudin, D. K. dan. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *JAB*, 6(01), 1–13.
- Sanawiri, D. R. B. (2017). Pengaruh Negative E-WOM, Dissatisfaction Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Brand SK-II Dalam Forum Female Daily. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 190–197.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Singal, S. C., & Sepang, R. A. M. K. dan J. L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Menonton Di Bioskop Cgv Blitz Cinemas Manado. *EMBA*, 7(3), 3009–3018.
- Singgih Priambodo, B. P. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*.
- Siregar, M. Z. H. dan H. (2021). Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli smartphone oppo. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 18–24.
- Sofjan Assauri. (2013). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Pers,.
- Sofjan Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali.
- Sugiarto Cahyono, E. (2018). *Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia*. Sekretariat Negara.  
[https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_kreatif\\_masa\\_depan\\_indonesi](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesi)  
a
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tanujaya, A. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Intention To Use Aplikasi M-Tix Di Surabaya. *AGORA Vol.*, 8(2).
- Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2019). Pengaruh Harga terhadap Kualitas produk. *Pengaruh Harga Terhadap Kualitas Produk*, 22–34.
- Tati Handayani, M. anwar fathoni. (2019). *Manajmen Pemasaran Islam*. CV Budi Utama.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi keem). Andi.
- Wahyuningtyas, Y. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–16.
- Yudira, K., Nofirda, Ayu, F., Hardilawati, & Laura, W. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Quality Product, Dan Harga Terhadap Minat Beli Di Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru. *Ecountbis*, Vol. 2 No.(1), 15–26.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 18.